

2013年9月期 第3四半期決算説明会

2013年7月31日

代表取締役社長：馬場 功淳
取締役管理部長：土屋 雅彦
取締役経営企画部長：長谷部 潤

本資料に記載された意見や予測などは資料作成時点での当社の判断であり、その情報の正確性を保証するものではありません。
様々な要因の変化により実際の業績や結果とは大きく異なる可能性があることをご承知おきください。
また2012年9月期2Q以前のデータは、弊社内部管理数字となります。

1. 決算概要

2. サービス状況

3. 今期計画と4Q施策について

決算概要

1 決算概要



第3四半期ハイライト (2013年4月~2013年6月)

ステージが変わった! という感じです

業績

- 売上高 : 4,628百万円 前年同期比 **3.0倍増** 前四半期比 **61.1%増**
- 営業利益 : 1,749百万円 前年同期比 **3.1倍増** 前四半期比 **123.1%増**

スマホ ネイティブ

- Kuma the Bear : ウルトラライト戦略稼働。新作17本追加 (**累計40本へ**)
- オンラインアプリ : 「黒猫のウィズ」が大ヒット (ローンチ3か月で **200万本DL**)

位置ゲーPF

- PF全体 : 過去最高売上高を更新。YoYでは **27.4%増**
- LAP : 3QのLAP支払後売上 (= P/L反映額) はYoYで **2.1倍増**

リアル連携

- O2O : コロカ店は累計 **180→193店舗**、提携交通機関は累計 **51→54事業者**へ
- おでかけ研究所 : **KDDI保有の位置情報**を活用した共同実験開始へ

※PF : Platform/ プラットフォームの略

※LAP: Location-based Application Provider 位置ゲーアプリプロバイダー

※O2O: Online to Offline ネットを起点にリアルでの消費行動に影響を及ぼす施策、仕組み

1 決算概要



会社計画の上方修正

今期会社計画の上方修正（二回目）を行いました

【上方修正理由&ご参考】

- ネイティブアプリ市場の「ビッグバン」※により、想定を超える急激かつ大規模な市場全体の拡大が見られたこと
- 全オンラインアプリがQ最高売上高を更新。弊社が上記情勢の「受け皿」のポジションにあると推察されること
- 3月投入の「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」が弊社アプリ内2位の売上となるなど明白な「柱」に育ったこと
- 野球、黒猫の主力2アプリがともにKPIの全て※が上向きであり、相当期間、売上拡大トレンドが続くと予想されること
- オンラインアプリのQAUがQoQで73%増となり「将来にわたって売上を生み出す源泉」を大規模に確保できたこと
- 8月から9月にかけてテレビCMを打ちます。4Qは広告宣伝費全体で5億円程度を予定しています（従前予算2億円）

(単位：百万円)	売上高	営業利益	経常利益	当期純利益	営業利益率
前回発表予想 (A)	12,000	3,160	3,200	1,760	26.3%
今回発表予想 (B)	15,000	4,500	4,540	2,497	30.0%
増減額 (B-A)	3,000	1,340	1,340	737	
増減率 (%)	25	42	42	42	
3Q累計実績	10,256	3,399	3,441	1,956	33.1%
4Q新計画	4,744	1,101	1,099	541	23.2%

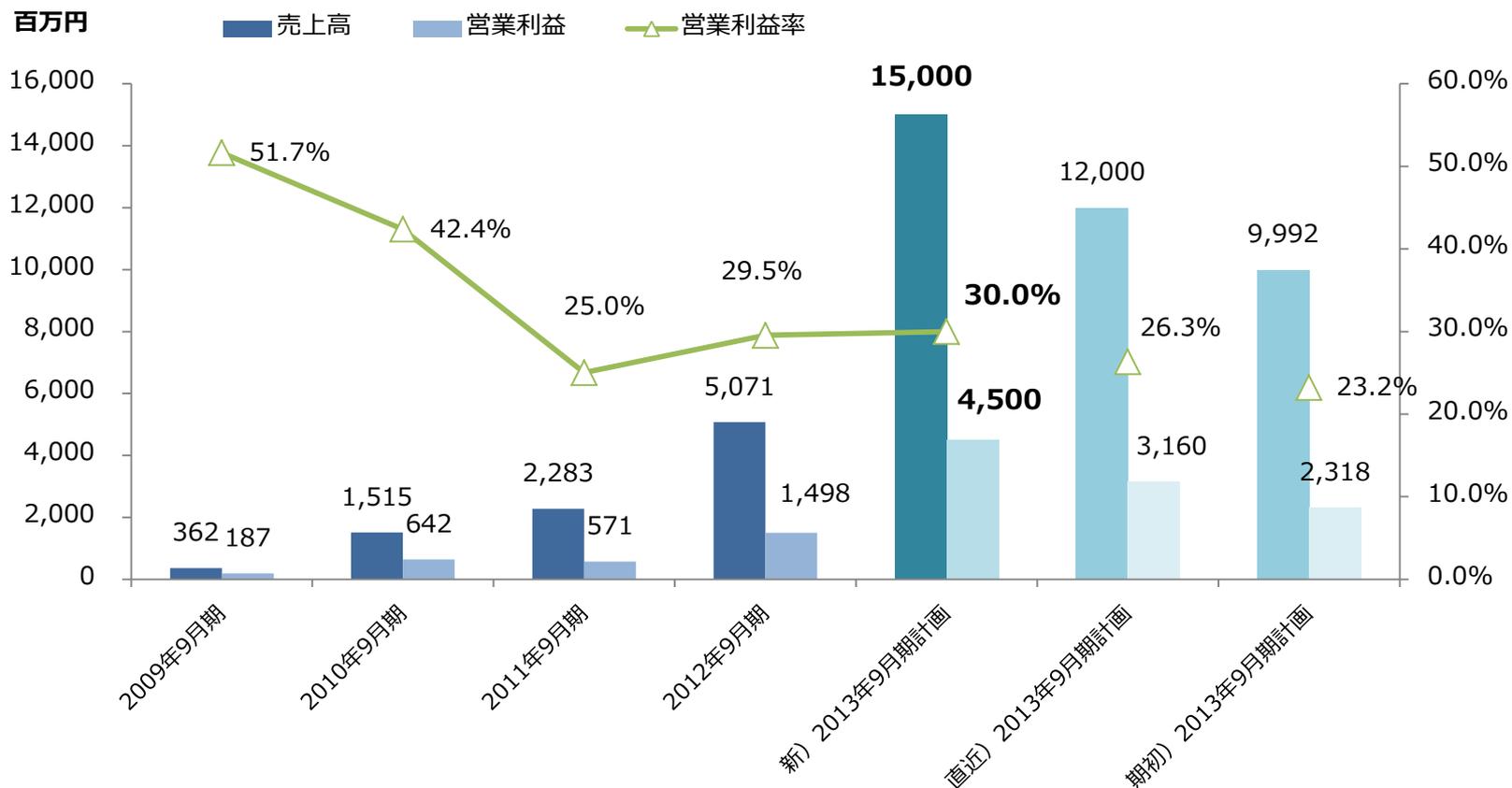
※「AppAnnie」によればAppSoreとGooglePlayを合算した世界売上高は12年5月に対し13年5月は2倍以上の拡大とのことです
※KPIの全てとは、DAU、課金率、課金者数、日次ARPPU、以上の4指標となります

1 決算概要



通期決算推移

雰囲気の良さは感じてはありましたが、私たちの想定を遥かに超える伸びにより通期会社計画の二度目の上方修正を行いました。営業利益率も3.7ptの改善です



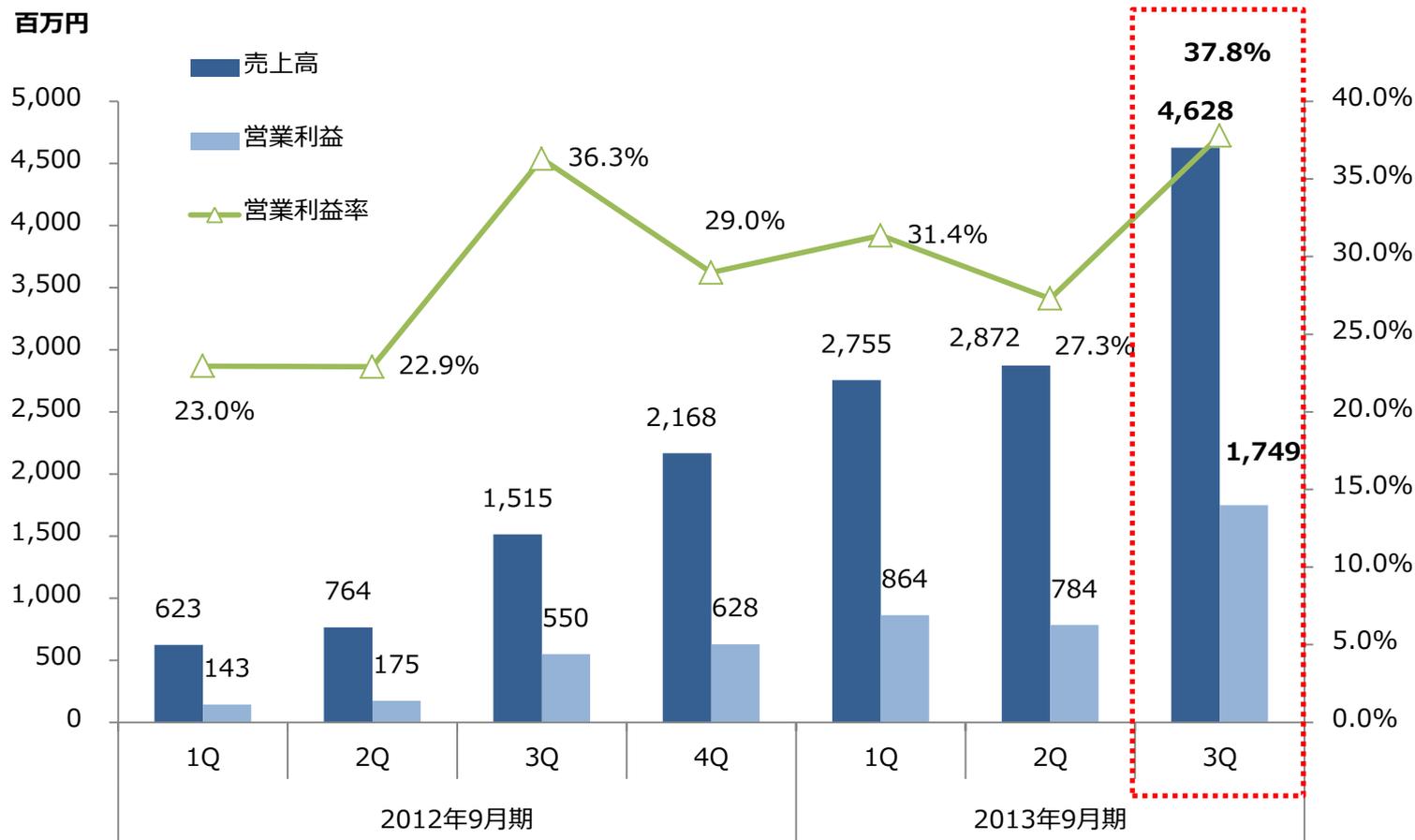
※直近とは2013年9月期2Q決算発表（2013年5月1日）と同時に発表しました第一回上方修正時の予想です
※期初とは東証マザーズへの上場に伴う当社決算情報等のお知らせ（2012年12月13日）にて発表しました最初の予想です

1 決算概要



四半期決算推移

全てのオンラインアプリが過去最高四半期売上高となるなど、ネイティブアプリ市場の拡大メリットを一身に享受できた四半期となりました。営業利益率も37.8%と大幅向上です



1 決算概要



損益計算書

前年同期比では**3.0倍増収**、**3.1倍営業増益**と高い伸長を示すことができました

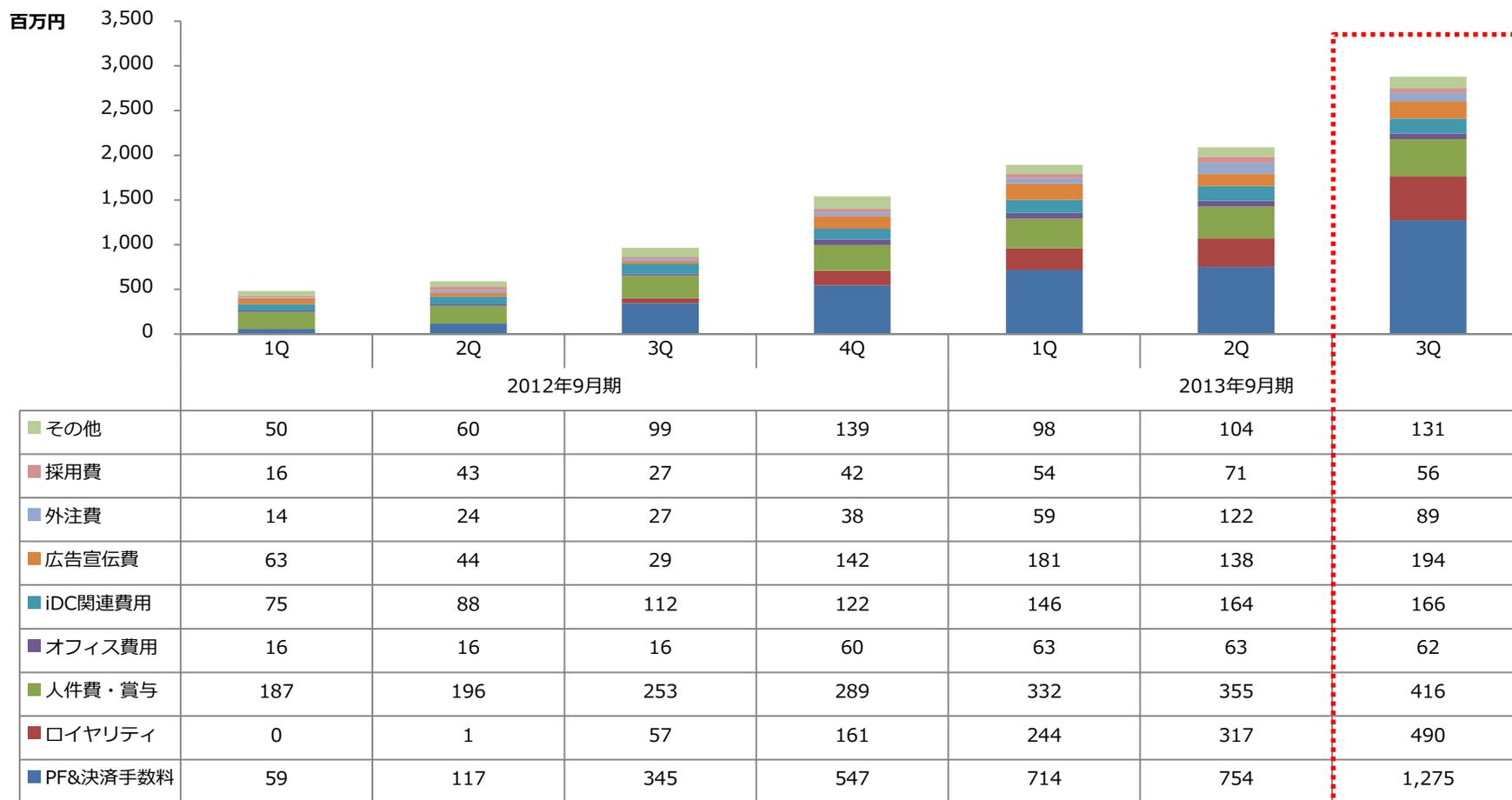
単位：百万円	2013年9月期3Q (2013年4-6月)	2012年9月期3Q (2012年4-6月)	前年同期比	2013年9月期2Q (2013年1-3月)	前四半期比
売上高	4,628	1,515	+205.5%	2,872	+61.1%
売上総利益	2,313	829	+179.0%	1,267	+82.6%
売上総利益率	50.0%	54.7%	-4.7pt	44.1%	+5.9pt
販売管理費	563	279	+101.8%	482	+16.8%
営業利益	1,749	550	+218.0%	784	+123.1%
営業利益率	37.8%	36.3%	+1.5pt	27.3%	+10.5pt
経常利益	1,762	550	+220.4%	803	+119.4%
税前利益	1,762	550	+220.4%	803	+119.4%
当期純利益	1,000	301	+232.2%	457	+118.8%

1 決算概要



費用の推移 (四半期)

売上高の大幅拡大によりQoQで実額、売上比ともに拡大した項目は、PF&決済手数料のみとなっています。売上比のみならず実額でもマイナスとなった項目も複数あります



1 決算概要



費用解説 (四半期)

目立った費用増もなく、コストに対するきれいなグリップが取れたと考えています

上段：費用（百万円） 下段：売上比（%）	2013年9月期3Q (2013年4-6月)	2012年9月期3Q (2012年4-6月)	前年同期比	2013年9月期2Q (2013年1-3月)	前四半期比	備考
PF&決済手数料	1,275 27.5%	345 22.8%	+269.6% +4.8pt	754 26.3%	+69.1% +1.3pt	スマホアプリ売上拡大により売上原価に該当するGooglePlayなどのPF使用料が拡大しました
ロイヤリティ	490 10.6%	57 3.8%	+759.6% +6.8pt	317 11.0%	+54.6% -0.4pt	野球等IP物は好調ながらクイズRPGの寄与など全社売上の急拡大により売上比ではQoQで減少となりました
人件費・賞与	416 9.0%	253 16.7%	+64.4% -7.7pt	355 12.4%	+17.2% -3.4pt	引き続き売上の拡大と人員数の拡大がバランス良く進捗しています
オフィス費用	62 1.3%	16 1.1%	+287.5% +0.3pt	63 2.2%	-1.6% -0.9pt	バンカク社事業譲受により来年度より現オフィス面積の1.5倍程度に増床する予定です（YGP34F半フロア）
iDC関連費用	166 3.6%	112 7.4%	+48.2% -3.8pt	164 5.7%	+1.2% -2.1pt	通信の発生量が相対的に小さいネイティブアプリの売上拡大により売上比では大きく減少しました
広告宣伝費	194 4.2%	29 1.9%	+569.0% +2.3pt	138 4.8%	+40.6% -0.6pt	下期広告予算の増額はしたものの、それを超える売上増となったため売上比では低下。消化率は97%です
外注費	89 1.9%	27 1.8%	+229.6% +0.1pt	122 4.2%	-27.0% -2.3pt	下期新作アプリに関する外注費が2Qに集中したため、3Qでは実額でもQoQで減少となりました
採用費	56 1.2%	27 1.8%	+107.4% -0.6pt	71 2.5%	-21.1% -1.3pt	採用計画はデザイナーを中心に順調に進捗。QoQでは新卒採用費がなくなった分、減少となりました
その他	131 2.8%	99 6.5%	+32.3% -3.7pt	104 3.6%	+26.0% -0.8pt	売上高の拡大により売上比ではQoQで大きな減少となりました。実額では福利厚生費が伸びました

※前年同期との差分など、四捨五入による若干の計算の差異がございます

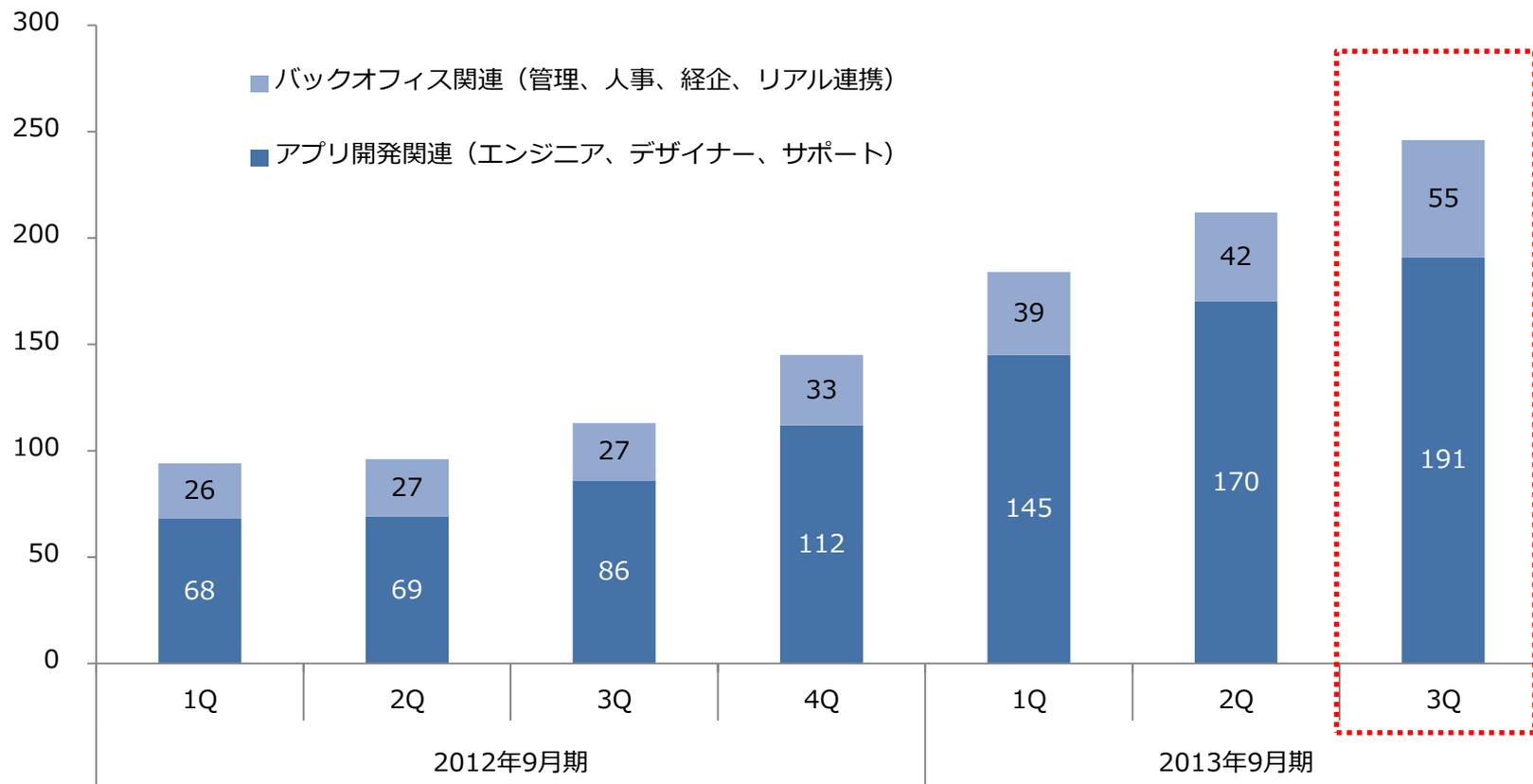
1 決算概要



従業員数推移

エンジニアもさることながら、課題のデザイナーも目標を上回る獲得となりました
アプリ開発関連人員は順調な増加を続けています

期末人員（人）



※役員および臨時従業員（アルバイトなど）は含めておりません
※今回資料より経営企画部所属の「データサイエンティストチーム」をアプリ開発関連にて表記しております（※遡及修正済）

1 決算概要



貸借対照表

好調な業績により現金及び預金がQoQで約10億円の増加となりました
流動負債の多くは売上高に連動する未払金（決済手数料やLAP支払の月ズレ分）となります

単位：百万円	2013年6月	2012年6月	前年同期比	2013年3月	前四半期比
流動資産	9,501	2,983	+218.5%	7,593	+25.1%
うち現金及び預金	6,387	1,653	+286.4%	5,452	+17.1%
固定資産	524	353	+48.4%	518	+1.2%
総資産	10,026	3,336	+200.5%	8,111	+23.6%
流動負債	3,272	1,064	+207.5%	2,358	+38.8%
固定負債	77	4	+1825.0%	77	+0.0%
純資産	6,676	2,267	+194.5%	5,675	+17.6%

サービス状況

2 サービス状況



サービスセグメント
(カッコ内は四半期の売上構成：2Q→3Q)

ゲーム分野（今もこれからも収益基盤です）

クマで集客
オンラインで収益化

当Qは全てのオンラインアプリが
過去最高Q売上高を実現
黒猫のウィズが急速立上り
KtBもMAUが大幅増となりました

スマホネイティブ
アプリ

(77%→**84%**)

- ・ Kuma the Bear
- ・ オンラインアプリ

位置ゲーPF

(22%→**15%**)

- ・ 内製アプリ
- ・ LAPアプリ

位置情報ゲーム特化型PF

PF売上はYoY27%増と好調
中でもLAPアプリは同2.1倍増
しかし全社売上の伸びが強すぎ
比率は7ptもの低下となりました

最近始めました

ビッグデータである
位置情報の活用PJです

7月ではありますが、KDDI社
との協業を発表させて頂きました

位置情報解析

- ・ おでかけ研究所

(**0%** ※CSR)

昔からやってます

O2O・リアル連携

(1%→**1%**)

- ・ コロカ事業

「コロカ」を活用した
日本でのO2Oの先駆けです

当Qは名古屋鉄道や
全国ホテルチェーンとの
タイアップがございました

リアル分野（社会貢献をしつつ未来の収益化を目指します）

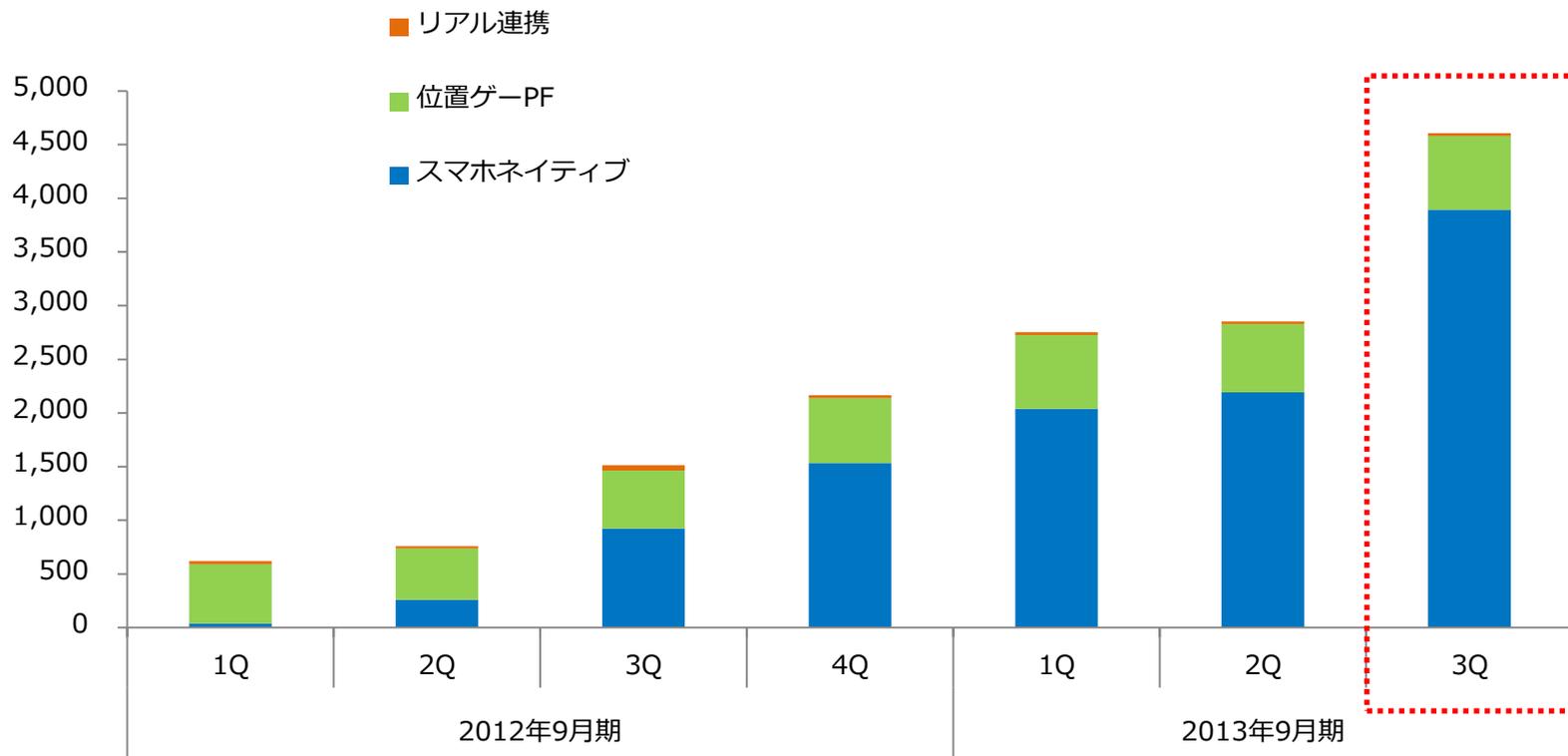
※LAP: Location-based Application Provider 位置ゲーアプリプロバイダー
※O2O: Online to Offline ネットを起点にリアルでの消費行動に影響を及ぼす施策、仕組み
※CSR: Corporate Social Responsibility 企業の社会的責任

2 サービス状況

サービス別四半期売上高推移

スマホネイティブは、クイズRPGの大ヒットに加え、オンラインアプリの全てが一斉に高い伸びを示したことで、「レンジを切り上げての伸び」となりました。位置ゲーPFは（グラフではあまり伸びていないように見えるかもしれませんが…）LAPアプリがけん引しYoYで27%もの伸びとなりました

(百万円)



2 サービス状況

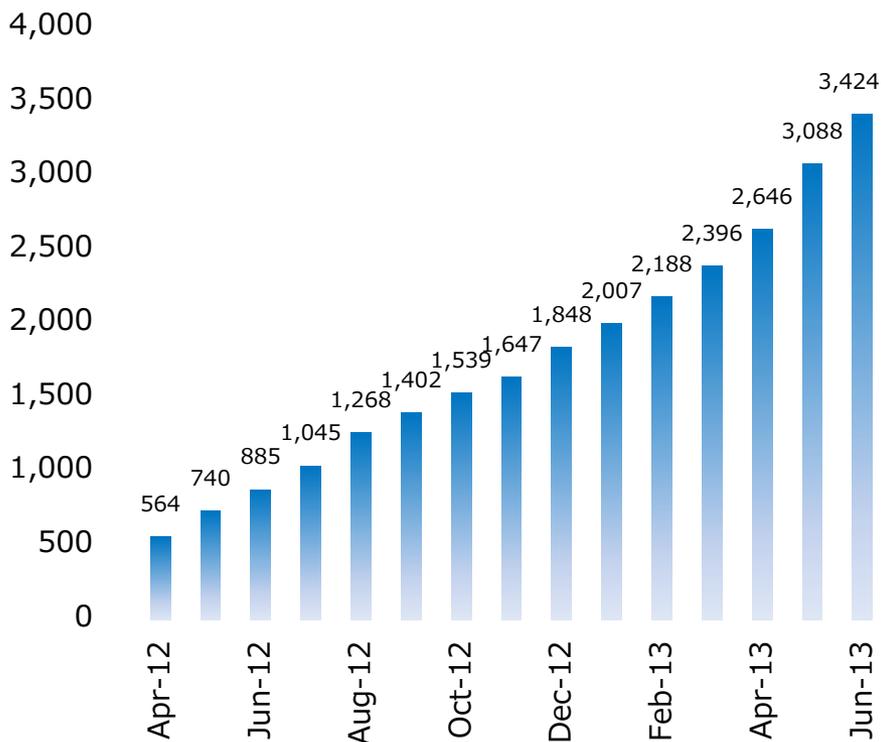


全体指標

アプリダウンロード数、プラットフォーム会員数、ともに順調な伸びを示しました
特にアプリダウンロード数は3Qに入ってから大きなドライブがかかりました

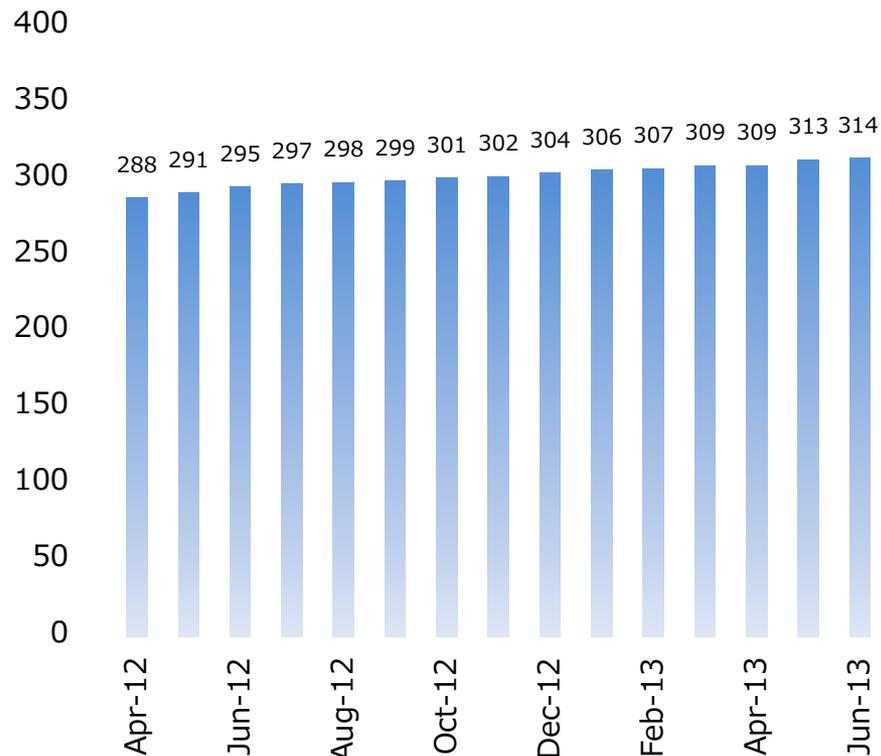
■アプリダウンロード累計件数推移

単位：万件



■プラットフォーム会員数推移

単位：万人



※アプリダウンロード数は、スマホネイティブアプリを対象としており、コロプラプラットフォームアプリDL数は除いています
※プラットフォーム会員数は、集計方法の変更により目論見書記載の数字と一部異なっております

2 サービス状況

Kuma the Bear 次世代戦略は大きく成功

前回の説明会でお話したKuma the Bearの次世代戦略は、①既存アプリ（従来型）だけでもDL数は伸長、②ウルトラライトアプリが大ヒット、③クイズRPGが主カオンラインアプリへと成長、と期待を大きく超える成功となりました



2 サービス状況

スマホネイティブ① ~Kuma the Bear~

集客を主たる目的としたライトアプリ群です

当四半期Topics

- Positive : 累計DL数は2,180万件とQoQで580万件の伸び (1Q→2Qは340万件の伸び) となりました
- Positive : ウルトラライトアプリ「一瞬のスキマ！」が開始40日間で100万DLを突破しました
- Positive : 17本もの新作 (ライト2本、ウルトラライト15本) 追加によりMAUが300万件を突破しました
- Negative : ウルトラライトアプリの特徴もあり、売上はQoQで微減でした

3Qは17本追加、累計40本へ

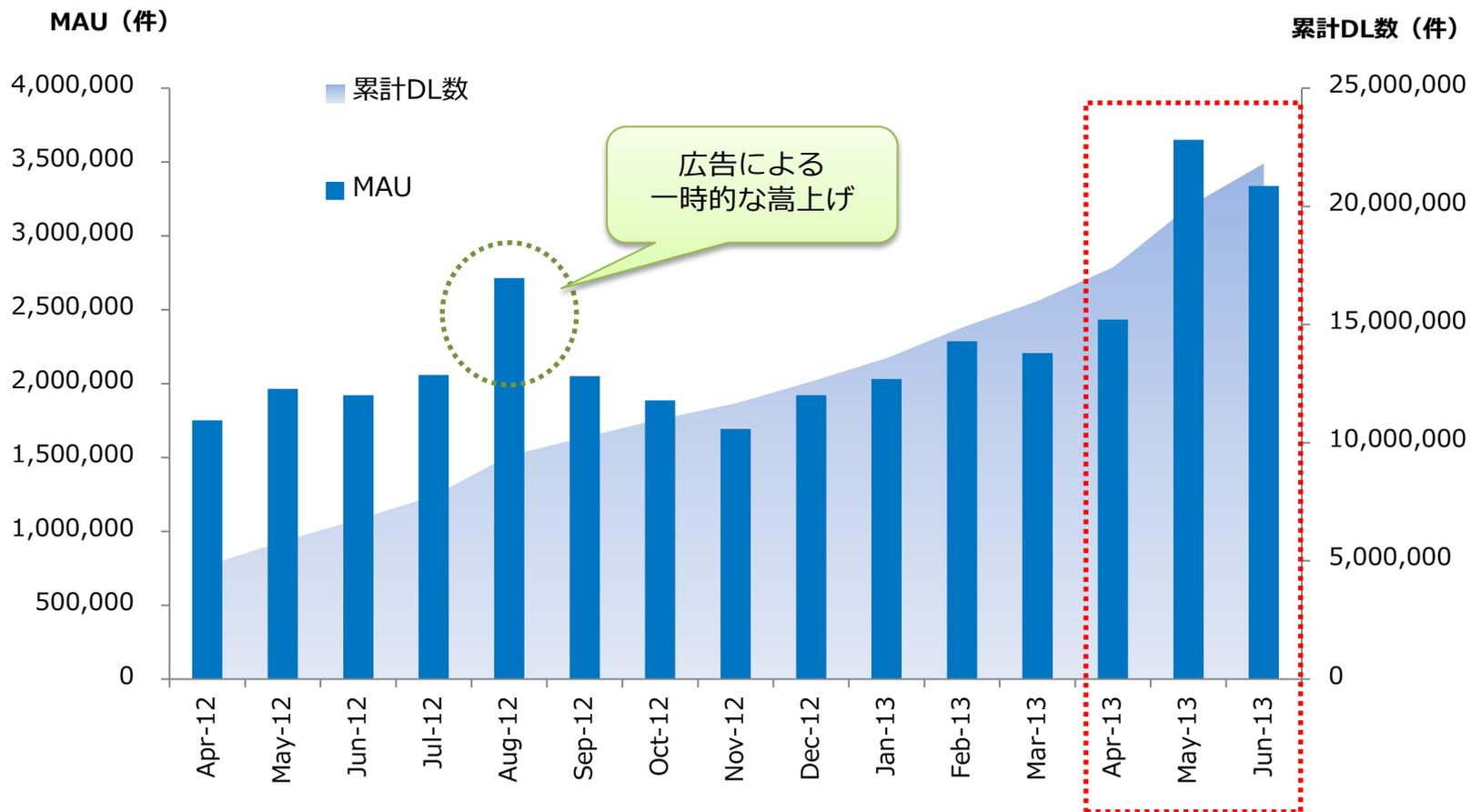


2 サービス状況



スマホネイティブ① ~Kuma the Bear~

ウルトラライト戦略が奏功。中でも「一瞬のスキマ！」は開始40日間で100万DLとなるなど、KtB全体の累計DL数は2,000万件の大台を突破。MAUも5月には360万件を超えるなど急伸しました



※MAU : Monthly Active Users 少なくともその月に一回はアプリを立ち上げたユーザ数の合計
※「KtB全体のMAU」とは、KtB各アプリのMAUを積み上げた合算値となります

2 サービス状況

スマホネイティブ② ~オンラインアプリ~

収益を主たる目的としたユーザアクティビティの高いアプリ群です

当四半期Topics

- Positive : 全アプリが過去最高Q売上高を更新しました
- Positive : プロ野球PRIDEのDAUが大幅上昇しました。また3月ローンチの黒猫のウィズも急速に立ち上がりました。結果、弊社上位2タイトルにおける全てのKPIが「上向き」となりました
- Positive : 将来の売上の源泉たる「オンラインアプリ全体QAU」が大幅に拡大しました
- Negative : 新作のシャドウヘイズは、制作途中でUnityブートキャンプが始まったため、iOS版のみのローンチとなり、結果ほとんど立上げ施策を実施できませんでした

既存アプリのリリース時期

2012年1月
■ 秘宝探偵
キャリア



2012年4月
■ プロ野球
PRIDE



日本野球機構承認

2012年7月
■ 恐竜
ドミニオン



2012年12月
■ ディズニー
M・C



© Disney

2013年3月
■ クイズRPG
魔法使いと
黒猫のウィズ



2013年4月
■ シャドウヘイズ
(iOS版のみ)

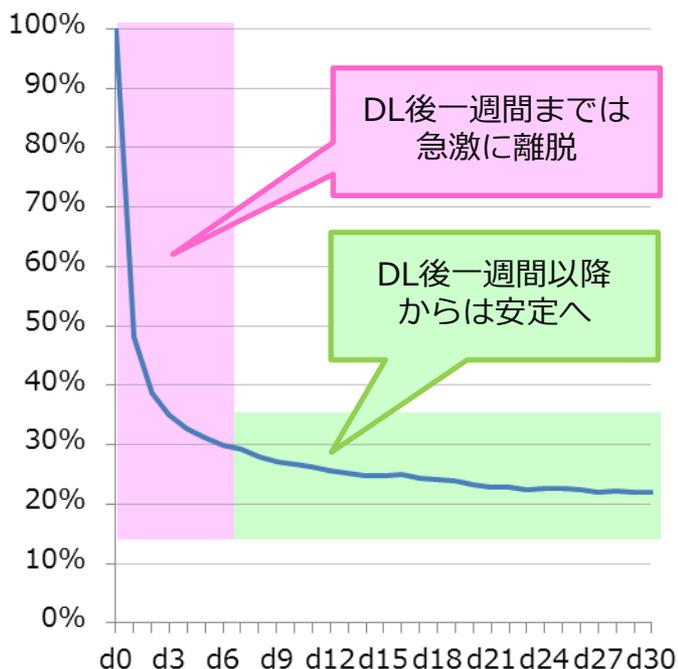


2 サービス状況

スマホネイティブ② ~オンラインアプリ~

売上の主力である「オンラインアプリ」については、その開示KPIとして「**QAU(DLして7日以上経過)**」を用います。QAUとは、Quarterly Active Users（当該四半期に一度でもアプリを立ち上げたユーザ）のことです。

ダウンロード後継続率（サンプル）



アプリをDLしつつも一度も立ち上げない、一度立ち上げるものの二度と使わない、というユーザも多数います。実際、アプリDL後、一週間くらいまでは、継続率は急低下する傾向が強いです（左図参照）。

換言すると、DL後一週間を経過すれば、概ね「安定したユーザ」となります。ゆえにアクティブユーザ数から、DLして一週間未満のユーザを除くことで、より実態に近いアクティブユーザを指標として実現できるのでは、と考えました。

オンラインアプリは利用期間（ライフタイム）が長いこと、月次イベントによる利用状況が大きく変わることで、などからよりぶれるMAUではなくQAUを採用しました。

※d0：DLした日、d1：その翌日、d2：その二日後、…d30：その30日後

2 サービス状況



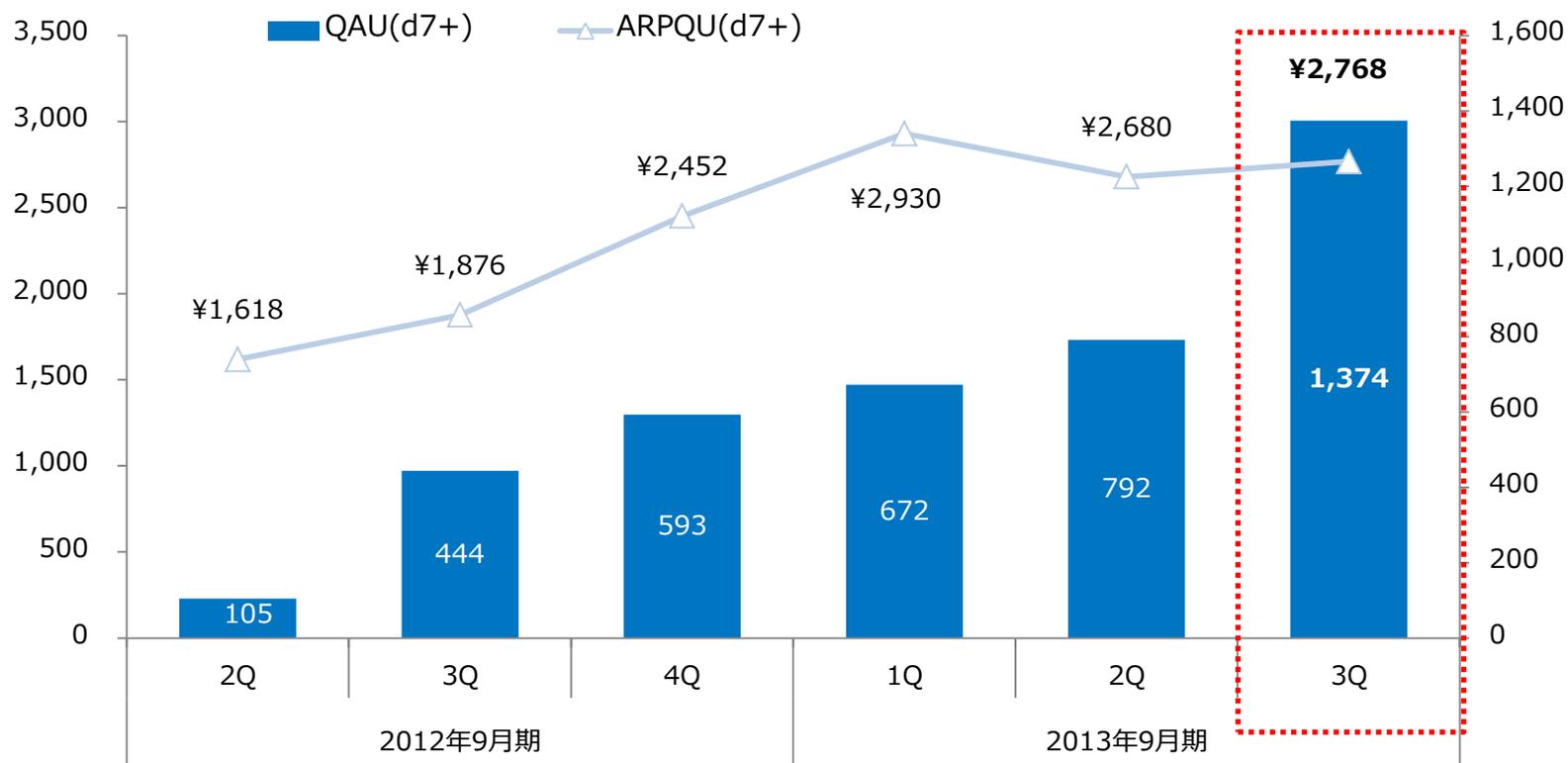
スマホネイティブ② ~オンラインアプリ~

「黒猫のウィズ」の大ヒットによりQAUはQoQで73.6%もの上昇
ARPQUもきれいにコントロールできています

ARPQU (円/四半期)

QAU

(千件/四半期)



※ARPQUは、四半期売上高を単純にQAU（アクティブユーザ数でありペイドユーザ数ではありません）で割った数字です
※四半期（3か月間）の値となりますので、月平均はARPQUをさらに3で割って下さい
※海外向けオンラインアプリ（DINO DOMINION）は加味していません

2 サービス状況

位置ゲープラットフォーム

位置情報ゲーム特化のPFサービス。内製アプリとLAPアプリで構成されています

当四半期Topics

- Positive : 位置ゲーPF事業売上高は（広告抜きで自然体ながら）前年同期比で+27.4%の伸び
- Positive : 「グロス売上」は今期に入って3四半期連続の10億円超えとなりました
- Positive : 既存アプリ注力施策によりLAP売上は順調。YoYで2.1倍増、QoQで9.7%増
- Negative : 内製アプリは、季節的に厳しかった2Q比でこそ6.6%増でしたが、YoYでは2.7%減と微減傾向が続いております

内製の主力は「キャリーストーリー」



LAPの主力は「戦国いろは」 「ジョリーロジャー」

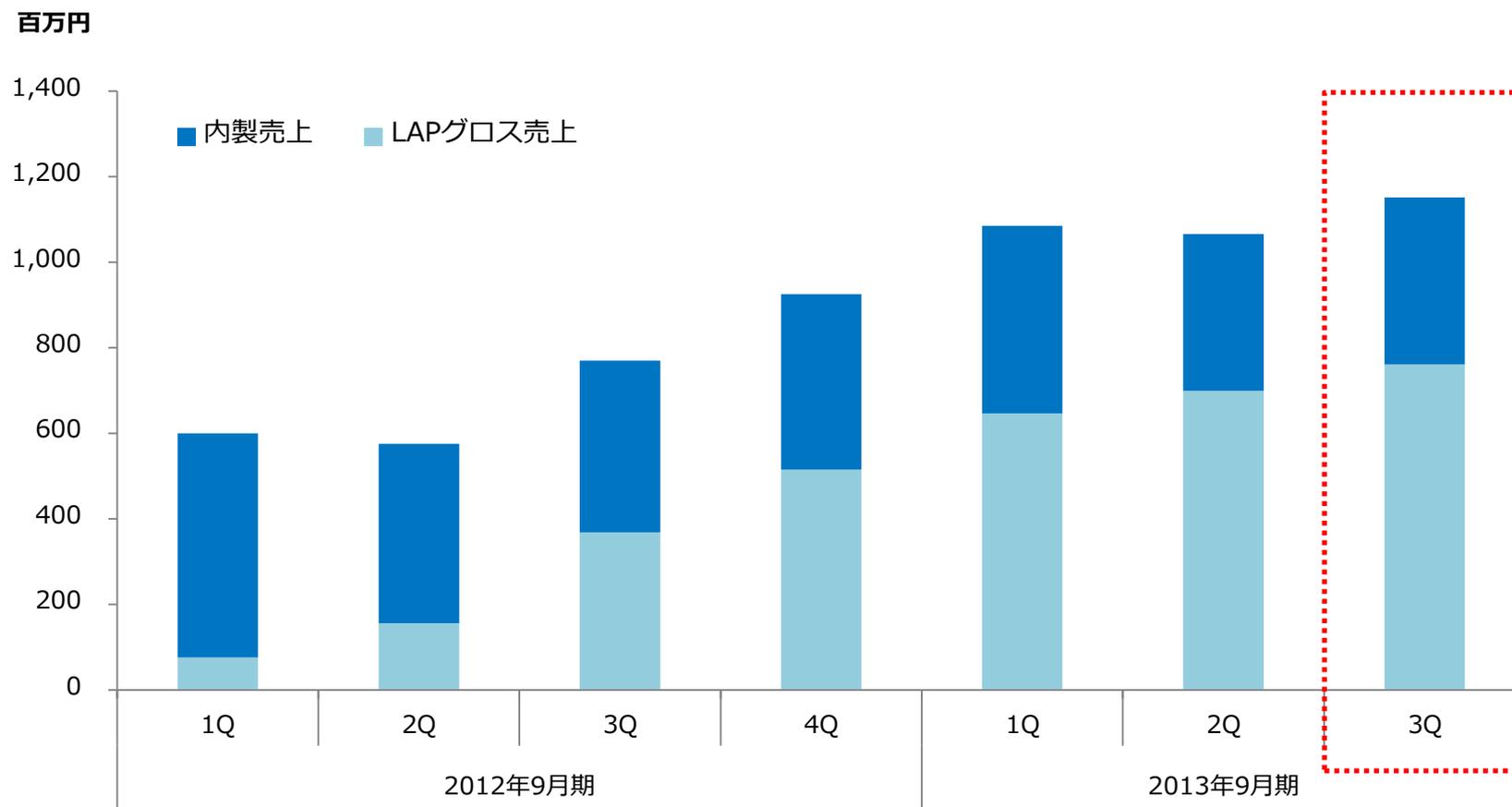


2 サービス状況



位置ゲープラットフォーム

LAP売上をグロス換算したPFサービス四半期売上高は1Q、2Qに続き3四半期連続で10億円を突破。3Qでは11億円台に乗せてきています。中でもLAPのグロス売上高は7億円台に乗せるなど順調な伸長が続いています



※グロス売上とはユーザがアプリに対して支払った金額。つまり弊社からLAPにR/S支払をする前の売上のこと
※参考：ネット売上とはユーザ支払金額からLAPへのR/Sを除いた金額のこと。決済手数料支払い前である点に注意

2 サービス状況

リアル連携

「コロカ」を活用し、全国の銘産店、公共交通事業者、宿泊施設などに送客するビジネス、および蓄積された位置情報を活用するビジネスです

O2O（コロカ事業、コロ宿、他）

- 公共交通事業者との提携数が54事業者
- コロカ提携店舗が193店舗
- 名古屋鉄道様と“名鉄沿線デジタルスタンプラリーグルメレポート編”を実施しています（4/27～8/31）
- チョイスホテルズジャパン様と全国52箇所の「コンフォートホテル」を対象に宿泊キャンペーンを実施しています（6/1～11/30）

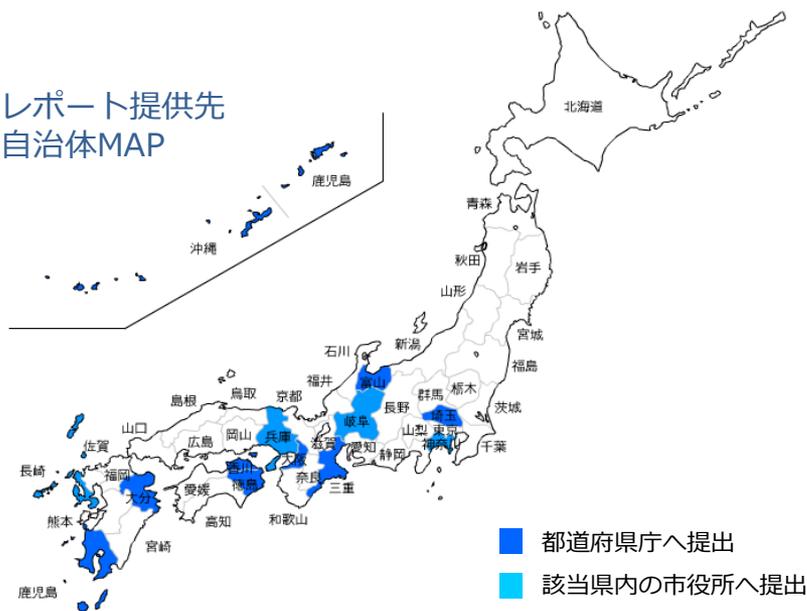
名鉄沿線デジタルスタンプラリー



位置情報活用（おでかけ研究所）

- 徳島県、南島原市など4自治体を追加
- KDDI社との位置情報活用に関する協業開始

レポート提供先自治体MAP



- 都道府県庁へ提出
- 該当県内の市役所へ提出

※位置情報活用提供先MAPで、三重県は県庁と伊勢市役所、兵庫県は神戸市と姫路市の両市に提供しています

今期計画と4Q施策について

3 今期計画と4Q施策について



新旧計画差額

通期での新計画から旧計画を差し引いた差額（※率ではありません）をグラフ化しています

←減額：増額→

■ 売上計画差額

PF内製	もともと低めの予想の中、キャリアストーリーが好調でした
LAP	好調さを維持しほぼ予想通りです
クマベア	送客媒体としてMAUを急拡大させつつ、売上高は想定通りでした
秘宝探偵	過去最高売上を更新するなど、驚異の「長寿アプリ」となりました
プロ野球	シーズン入り後、想定を遥かに超えるDAUの伸びがありました
恐竜	3月以降の売上急拡大の勢いを4-6月においても維持しました
ディズニー	ARPPUの改善傾向が続いています
クイズRPG	抑え目に予算を立てていましたが、大きくブレイクしました
下期新作	Unityブートキャンプの実施によりローンチが9月にズレました
その他	海外、リアル連携など

←減額：増額→

■ 費用計画差額

PF・決済	売上全体の伸びとスマホ比率の上昇に連動しています
ロイヤリティ	好調なプロ野球の伸びとそれに伴う当該費用の増加です
人件	事業譲受をしたパンカク社の社員数を加味しました
オフィス	ワンフロア借りているので、予想通りとなります。
iDC	固定費的サーバ代の見直しと通信が発生しにくい「黒猫」の伸び
広告	新たにテレビ広告を開始することになったため
外注	新作アプリのローンチの遅れがあったため発注量が減少しました
採用	前回修正人員計画（期末280人）のまま。予想通りとなっています
その他	売上計画の上方修正に合わせて

既存アプリの好調さが見えた時点でUnityブートキャンプ実施の決断をしました。当然ながら下期新作は後ろにズレましたが、想定を遥かに超える既存アプリの伸びと費用に対する継続的なグリップにより大幅な上方修正を実現できました

3 今期計画と4Q施策について



テレビ広告出稿

「クイズRPG 魔法使いと黒猫のウィズ」を題材にテレビ広告出稿を行います
2年前の出稿は福岡エリアだけでしたが、今回は初の全国展開となります

■背景

- ▶ テレビ広告で効果を得やすい「万人に受け入れられるアプリ」を弊社は今まで有していませんでした
- ▶ しかし定性面だけでなくデータ分析の結果でも黒猫のウィズが幅広いユーザー層にリーチしていることが分かりました
- ▶ 今後更なる提供アプリ数増が予定されており、Webだけでは「広告枠・広告手法」が足りなくなることも予想されます
- ▶ ゆえに、業績が大きく伸びている今、黒猫のウィズを題材にテレビ広告出稿を実施するべき、との判断へと至りました
- ▶ ちなみに期初の売上高広告宣伝費比率は6.5%~7.0%でしたが、今回のテレビ広告費を加味した修正後の通期広告宣伝費比率は6.7%と期初想定とほぼ同レベルとなります



■体制

- ◎ 北海道、関東、中京、関西、福岡とほぼ全国を網羅した広告出稿となります
- ◎ 予定GRPは非開示ですが、相応の規模となっています
- ◎ 配信期間は8月中旬より2週間の予定です
- ◎ 予算は約2億円です
- ◎ 結果次第ではありますが、来期も引き続きテレビ広告出稿を継続する予定でございます

3 今期計画と4Q施策について



パンカク事業譲受

■ 事業譲受の目的

- ▶ 一つはネイティブエンジニアの大量採用です
- ▶ もう一つはPankiaの技術的要素の獲得です
- ▶ 当該事業譲受により弊社グループに参画される人員数は24名。うちエンジニアは18名となります
- ▶ 大手ゲームデベロッパーの受託も数多くこなしており、しっかりとした経験と知見を有した方々です



■ 期待される効果および業績への影響

- ▶ 開発ラインを2ライン分増やすことができます
- ▶ アプリのヒット具合にもよりますが売上への寄与も当然ながら強く期待しています
- ▶ 買収金額は2億円。1年をかけて毎月均等にのれん代を償却してゆく予定です（2013年7月より）

enish事業提携

■ 事業提携の目的

- ② 位置ゲーPF「コロプラ」の上に、エニッシュ社がLAPとしてアプリを提供・展開してゆきます
- ② また同PFを通じO2O分野でも協業を進めてゆきます
- ② PFを通じての協業の効果を確認したのち、両社が力を入れているネイティブアプリ分野での協力関係についても視野に入れております



■ 期待される効果

- ② LAP売上はQoQでも9.7%の伸びと順調ではありますが、同社参画により更なる伸びが期待されます
- ② O2Oでも当該協業により「規模のメリット」を新たに求めてゆけるようになると考えています

3 今期計画と4Q施策について



KDDIとの協業 位置情報分析実証実験

ビッグデータ活用の大いなる一歩です。**最も慎重に進めている**活用事例の一つであると考えています。今後はこの実証実験結果を活かし、より多くの自治体、観光・福祉・防災・交通分野に役立てていきたいと考えています



位置情報
等の取得

非識別化
処理

- KDDI社は、①位置情報データの利用、②および個人を特定できない形での第三者への提供、以上2点にご同意頂いたauスマートフォンユーザの情報を取得します
- 上記情報のうち、協力自治体様へ提供する分析に必要なデータのみを抽出します
- 上記データを誰の情報か分からないように加工します（＝非識別化処理）
- 具体的には、位置情報とユーザの紐づけキーのハッシュ化（一種の暗号化、元の紐づけを復元できないようにする）、位置情報の時空間的メッシュ化（一定の時間帯と一定のエリアとに寄せることで個々データを識別できなくさせる）、などを行います



数理統計
分析&レ
ポート
ング



- コロプラ社は、非識別化処理を終えたデータを元に、分析用データマートを構築します。その上で、各協力自治体様から頂戴しました課題に対しまして、数理統計学に用いた分析を行い、レポート提供を行ってゆきます



■ 協力自治体様は、三重県伊勢市、埼玉県、徳島県、の3自治体となります

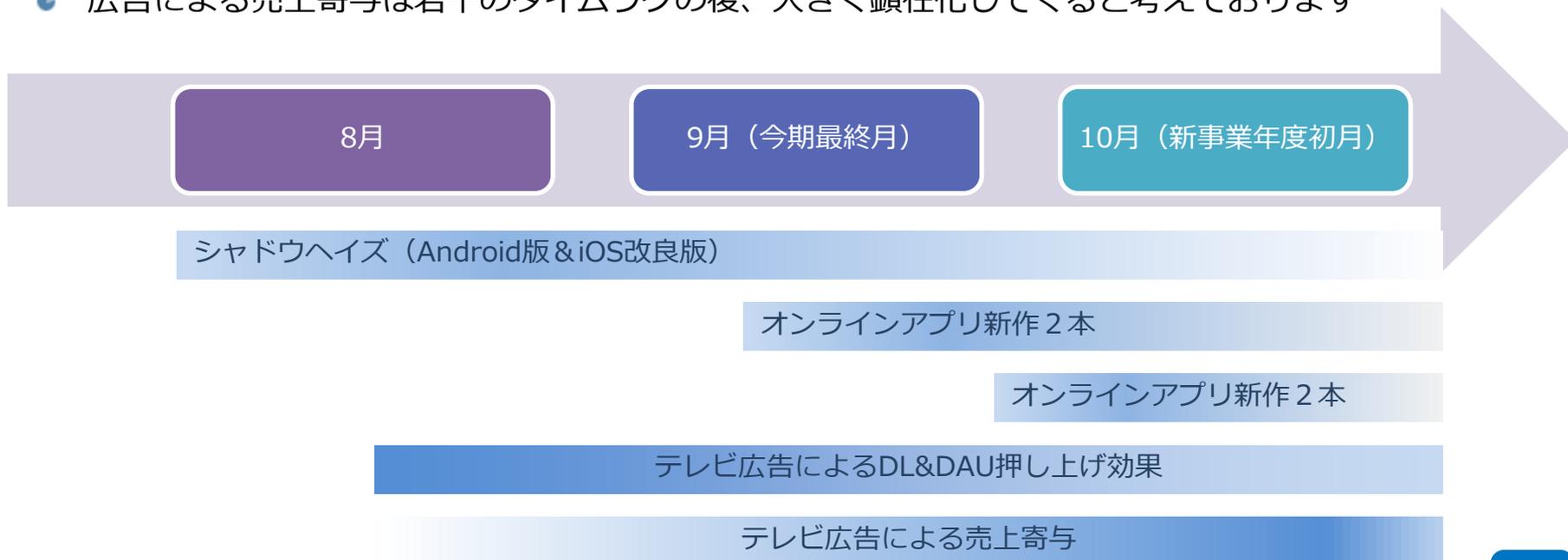
3 今期計画と4Q施策について



4Qから来期1Q初頭にかけての定性的情報

来期（2014年9月期）に向けた準備を粛々と進めております

- 8月よりUnityブートキャンプの成果として新作アプリが次々にローンチされます
- ゆえに来期（2014年9月期）は、期初より複数本の新作アプリ寄与が期待されます
- 8月中旬よりテレビ広告を開始します（広告効果は新計画に加味しておりません）
- 広告による売上寄与は若干のタイムラグの後、大きく顕在化してくると思っております





どうもありがとうございました

